

© Коллектив авторов, 2024

УДК 316.62+613.2



Пандемия и питание: анализ пищевого поведения россиян в контексте здоровьесбережения

*А.О. Барг, Т.В. Сирковская**ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»,
ул. Букирева, д. 15, г. Пермь, 614990, Российская Федерация*

Резюме

Введение. Пандемия COVID-19 изменила повседневное поведение и привычки россиян, в т. ч. и практики питания, что влечет последствия для здоровья населения.

Цель исследования: выявление особенностей трансформации пищевых практик россиян в периоды до, во время и после пандемии COVID-19 для определения воздействия условий и контекста распространения коронавирусной инфекции на пищевое поведение и привычки.

Материалы и методы. Использовался метод контент-анализа уникальных русскоязычных сообщений из социальных сетей «ВКонтакте» и «Одноклассники» (145 тыс. сообщений). Данные собирались с помощью сервиса мониторинга социальных сетей IQBuzz в разрезе трех периодов: до (01.01.2018–28.02.2020), во время (01.03.2020–30.06.2022) и после пандемии COVID-19 (01.07.2022–31.08.2023).

Результаты. Обнаружено, что вне зависимости от временного периода в качестве ключевых компонентов здорового рациона россиянами рассматриваются фрукты и овощи (26,9 %), молочные и кисломолочные продукты (12,6 %), вода (9,0 %), чай (10,0 %) и мясо (8,3 %). Попытки справиться со стрессом в период пандемии выражались в увеличении количества праздничных застолий (в 2,6 раза выше во время пандемии и в 2 раза больше после нее, чем до) и «готовке» для расслабления, в большем потреблении сладостей (до – 3,9 %, во время – 6,2 %, после – 5,1 %), а также алкоголя (3,6; 3,2 и 4,3 % соответственно). Сохранение высокой напряженности социальных контекстов закрепило практики «заедания» стресса сладким и потребления алкоголя. Выявлен переход от традиционных покупок в офлайн-магазинах к широкому использованию онлайн-сервисов, который стал устойчивой нормой потребления после эпидемии.

Заключение. Здоровьесбережение связано с выбором продуктов и пищевым поведением, а обсуждение здорового и правильного питания стало более частой темой после пандемии. В целом же результаты исследования позволяют сделать вывод, что большинство россиян стабильны в своих пищевых практиках в контексте здоровьесбережения.

Ключевые слова: пандемия, COVID-19, питание, пищевое поведение, практики питания, здоровое питание.

Для цитирования: Барг А.О., Сирковская Т.В. Пандемия и питание: анализ пищевого поведения россиян в контексте здоровьесбережения // Здоровье населения и среда обитания. 2024. Т. 32. № 2. С. 18–25. doi: 10.35627/2219-5238/2024-32-2-18-25

Pandemic and Nutrition: Analysis of Eating Behavior of Russians in the Context of Health Maintenance

*Anastasiya O. Barg, Tatyana V. Sirkovskaya**National Research University "Higher School of Economics",
20 Myasnitskaya Street, Moscow, 101000, Russian Federation*

Summary

Introduction: The COVID-19 pandemic has changed usual behavior and habits, including dietary practices, of Russian people, which has implications for public health.

Objective: To identify specifics of transformation of dietary practices of Russians before, during and after the COVID-19 pandemic in order to establish the impact of conditions and context of this infectious disease spread on eating behavior and habits.

Materials and methods: We used the method of content analysis of unique Russian-language messages from the VKontakte and Odnoklassniki social networks (145 thousand messages). Data were collected using the IQBuzz social media monitoring service during three time spans: before (January 1, 2018 to February 28, 2020), during (March 1, 2020 to June 30, 2022), and after the COVID-19 pandemic (July 1, 2022 to August 31, 2023).

Results: We found that, regardless of the time span under study, Russians consider fruits and vegetables (26.9 %), dairy and fermented milk products (12.6 %), water (9.0 %), tea (10.0 %), and meat (8.3 %) as key components of a healthy diet. Attempts to cope with stress caused by the pandemic were manifested by a 2.6-fold and double increase in the number of festive feasts during and after the pandemic, respectively; cooking for relaxation; higher consumption rates of sweets (before – 3.9 %, during – 6.2 %, and after – 5.1 %) and alcohol (3.6 %, 3.2 %, and 4.3 %, respectively). The persistence of high social tension deepened the practices of emotional eating of sweets and drinking alcohol. We observed a shift from traditional offline shopping to a widespread use of online services, which became a sustainable norm of consumption after the pandemic.

Conclusion: Health maintenance is closely related with food choices and eating behavior, so healthy eating has become a more frequent topic of discussion after the pandemic. Our findings suggest that the majority of Russians are stable in their dietary practices in the context of preserving health.

Keywords: pandemic, COVID-19, nutrition, eating behavior, dietary practices, healthy eating.

Cite as: Barg AO, Sirkovskaya TV. Pandemic and nutrition: Analysis of eating behavior of Russians in the context of health maintenance. *Zdorov'e Naseleniya i Sreda Obitaniya*. 2024;32(2):18–25. (In Russ.) doi: 10.35627/2219-5238/2024-32-2-18-25

Введение. Рацион и режим питания представляют собой одни из ключевых факторов здоровья человека. Рациональные и «правильные» практики питания, способствующие поддержанию и сохранению здоровья, могут оказывать многокомпонентное защитное воздействие на общее состояние организма, а также выступать критерием прогнозирования продолжительности жизни [1], что является основанием для неизменной актуальности здоровых практик пищевого поведения в разных условиях существования, в том числе в период глобального кризиса пандемии COVID-19 и на этапе выхода из него [2]. Важно отметить, что, хотя здоровое питание и не может гарантировать полную защиту от проникновения вирусных инфекций в организм, сбалансированный рацион способствует формированию адекватного и своевременного иммунного ответа внешним угрозам [3].

Результаты опроса, проведенного на платформе hh.ru среди российских соискателей, свидетельствуют о тенденции к улучшению качества питания и разнообразию рациона в условиях удаленной работы в период распространения коронавирусной инфекции. У половины опрошенных (53 %), занятых в гибридном режиме или работающих полностью удаленно, наблюдается повышение качества питания, 62 % из них отмечают, что повседневный рацион стал более разнообразным, чем при работе в офисе¹. Также за период 2019–2021 гг. зарегистрировано практически двукратное увеличение числа россиян, осуществляющих заказ доставки приготовленных блюд на дом². Тем не менее в некоторых исследованиях указывается, что для людей с расстройствами пищевого поведения изоляция сопровождается рисками усиления заболеваний [4], например, в Австралии зафиксировано, что ограничительные меры в пандемию привели к увеличению случаев переедания среди больных [5].

Время изоляции в период локдауна сопровождалось изменениями в потреблении продуктов питания, связанными с пищевым поведением до карантина и беспокойством о здоровье, спровоцированным COVID-19 [6]. Так, английские ученые определили увеличение позитивных пищевых практик (употребление домашней еды, фруктов и овощей) среди тех, кто придерживается адаптивных стратегий преодоления кризисов, и ухудшение качества режима и рациона питания у людей, которые и до карантина были склонны к дезадаптивным стратегиям.

Целью исследования является выявление особенностей трансформации пищевых практик

россиян в периоды *до* (01.01.2018–28.02.2020), *во время* (01.03.2020–30.06.2022) и *после* пандемии COVID-19 (01.07.2022–31.08.2023) для определения воздействия условий и контекста распространения коронавирусной инфекции на пищевое поведение и привычки.

Определение границ периодов базировалось на датах начала пандемии COVID-19 и снятии ограничений, введенных в РФ из-за пандемии коронавируса, которые были объявлены Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ)³ и Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор)⁴. Таким образом, в исследовании выделены периоды «до пандемии» (2 года), «во время пандемии» (чуть более 2 лет) и «после пандемии» (1 год и 1 месяц) с целью зафиксировать изменения в пищевых привычках и поведении россиян в данные временные отрезки.

Материалы и методы. Методика прикладного исследования выстроена в логике количественного контент-анализа текстовых сообщений в социальных сетях. В качестве *источников информации* выступают уникальные (был произведен отсев дубликатов сообщений) русскоязычные сообщения в формате постов, записей и комментариев к ним, размещенных в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники», которые в 2021–2022 гг. в России занимали лидирующие позиции по популярности среди всех социальных сетей⁵. Данные онлайн-платформы предоставляют значительный объем текстовой информации, охватывающий широкий спектр тем и мнений, сформированных в русскоязычной среде, что позволяет проводить всесторонний анализ и оценку общественных настроений, а также выявлять тенденции и особенности в коммуникациях онлайн-сообществ в том числе в отношении здоровьесохранных практик. По сравнению с опросами, анализ открытых текстовых данных, собранных в социальных сетях, может дать более полное понимание общественного восприятия определенных тем, хоть и имеет свои ограничения [7]. Все тексты публичных сообщений были доступны в открытом режиме.

Сбор данных из публичных постов, комментариев и сообщений производился с помощью сервиса мониторинга социальных сетей IQBuzz⁶ (сентябрь 2023 г.) с использованием фильтров: язык, местоположение и период времени. В результате сформированы массивы данных в соответствии с указанными периодами.

¹ Режим питания сотрудников на «удаленке»: результаты опроса соискателей // Служба исследований hh.ru. [Электронный ресурс.] Режим доступа: <https://hhcdn.ru/file/17095583.pdf> (дата обращения: 01.11.2023).

² Как пандемия повлияла на пищевые привычки россиян // Российская газета – Федеральный выпуск: № 189(8540). [Электронный ресурс.] Режим доступа: <https://rg.ru/2021/08/19/kak-pandemiia-povliiala-na-pishchevyie-privychki-rossiian.html> (дата обращения: 01.11.2023).

³ Всемирная организация здравоохранения. Заявление по итогам второго совещания Комитета по чрезвычайной ситуации в соответствии с Международными медико-санитарными правилами, в связи со вспышкой заболевания, вызванного новым коронавирусом 2019 г. (nCoV). [Электронный ресурс.] Режим доступа: <https://clck.ru/Njn3u> (дата обращения: 29.01.2024).

⁴ Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 20.06.2022 г. № 18 «Об отдельных положениях постановлений Главного государственного санитарного врача Российской Федерации по вопросам, связанным с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» (зарегистрировано в Минюсте России 01.07.2022 г. № 69091). [Электронный ресурс.] Режим доступа: <https://www.consultant.ru/law/hotdocs/76079.html?ysclid=lsbmnc17nr581707881> (дата обращения: 29.01.2024).

⁵ TAdviser. Социальные сети (рынок России). [Электронный ресурс.] Режим доступа: <https://clck.ru/38NdSr> (дата обращения: 29.01.2024).

⁶ IQbuzz. Сервис мониторинга социальных медиа и онлайн-СМИ. [Электронный ресурс.] Режим доступа: <https://iqbuzz.pro/> (дата обращения: 11.01.2024).

Первоначально массивы сообщений были сформированы в рамках исследования более общей тематики – здоровьесохранных практик россиян в рассматриваемые временные периоды, – для этого применялся целевой метод отбора конкретных сообщений с использованием ключевых фильтров-слов «профилактика (лечение) болезни (заболевания, недуга)» и «сохранение (укрепление, поддержание) здоровья». В исследовательский фокус данной работы помещаются *пищевое поведение и практики питания* как составляющие здоровьесохранных практик россиян, поэтому далее в общем объеме сообщений подсчитывалось количество упоминаний выделенных категорий и единиц анализа, описывающих тип питания, например «здоровое» или «правильное» (и противоположные им), категории продуктов питания, контексты приобретения и покупки товаров питания, например «домашняя еда», и пищевые привычки.

Совокупно было выделено почти 177 тыс. упоминаний всех единиц анализа для пяти категорий, соответствующих тематике пищевого поведения: «Субъективный тип питания», «Пищевые предпочтения в продуктах и продуктовых категориях», «Места покупки и потребления продуктов питания», «Специальные пищевые привычки и практики питания» и «Эмоциональные факторы и стресс в практиках питания» на 145 тыс. сообщений, отобранных на первом этапе формирования массива. Количество упоминаний превышает общий объем сообщений, поскольку в одном текстовом сообщении в социальных сетях одновременно могли быть обнаружены несколько отдельных единиц анализа, например потребление «низкокалорийных» продуктов, относящееся к категории «Специальные пищевые привычки» и конкретные «Пищевые предпочтения в продуктах» – «овощи и корнеплоды». Рассчитывались показатели общего количества упоминаний каждой категории анализа и частота упоминаний конкретных элементов внутри каждой категории (таблица).

Для обработки информации использовались статистические программы MS Excel и Statistica for Windows.

Результаты. Больше всего тему питания в контексте здоровьесбережения в русскоязычных социальных сетях обсуждают на этапе после пандемии (73 тыс. упоминаний или 41,1 % от упоминаний всего), чуть реже к ней обращались в периоды во время (53 тыс. материалов, 30 %) и до начала пандемии COVID-19 (51 тыс. упоминаний, 29,9 %).

В общем объеме отобранных текстовых материалов основные смысловые категории, выделенные в качестве сущностных аспектов рассмотрения практик питания, имеют такое распределение: доли категории «Субъективный тип питания» составляют 26,9; 21,6 и 29,9 % (для каждого из трех периодов в хронологическом порядке соответственно), чаще всего указываются «Пищевые предпочтения в продуктах» (45,8; 43,9 и 43,4 %), значительно реже – «Места покупки и потребления продуктов питания» (16,4; 24,3 и 16,9 %), «Специальные пищевые привычки и практики питания» (8,0; 6,9 и 7,5 %),

«Эмоциональные факторы и стресс в практиках питания» (2,9; 3,4 и 3,3 %).

Субъективная оценка питания и пищевые предпочтения. В общем объеме анализируемых категорий «Субъективный тип питания» встречается в среднем за все три периода публикации информационных материалов в 26,1 % сообщений и определяется девятью смысловыми единицами, среди которых такие как включение в рацион «витаминов» (42,7 %), потребление продуктов, богатых «минеральными веществами» (12,7 %) и – «макро- и микроэлементами» (11,0 %). Доля текстов, в которых обсуждается потребление витаминов, макро- и микроэлементов, несколько увеличивается после начала пандемии (68,2 % по сравнению с 66,4 % упоминаний в общем объеме данной единицы в период до начала распространения коронавирусной инфекции), но постепенно сокращается в поле представления субъективной оценки питания в период после пандемии (64,5 %).

Сообщения, связанные со здоровым и правильным питанием, составляют меньший процент упоминаний в пандемию и «предпандемийный» период (по 13,4 % соответственно). Тем не менее к этой теме активнее начинают обращаться уже после пандемии (17,8 %). Смысловые единицы «здоровое питание, еда и продукты» встречаются гораздо чаще, чем их антонимы – «нездоровое питание, еда и продукты», в среднем за все три периода в 3,5 раза чаще, что демонстрирует позитивную тональность сообщений (таблица).

Категория «Пищевые предпочтения в продуктах питания» выражена перечислением различных продуктов и их групп. Так, «фрукты и ягоды» в среднем за все временные периоды обозначены пользователями в 16,3 % сообщений, отнесенных к рассматриваемой категории, «молочные и кисломолочные продукты» – в 12,6 %, «овощи и корнеплоды» – в 10,6 %, за ними по уменьшению частоты встречаемости следуют чай (10,0 %), вода (9,0 %) мясо (8,3 %), орехи (8,2 %), алкоголь (5,3 %) и сладости (5,0 %). Данные продуктовые группы выступают «лидерами» вкусовых предпочтений пользователей социальных сетей, обсуждающих здоровье и питание в публичном информационном пространстве.

Анализ результатов исследования показал, что процент сообщений, включающих «фрукты и ягоды» в общем объеме сообщений, отнесенных к категории «Пищевые предпочтения в продуктах питания», становится меньше во время пандемии (соответственно хронологии периодов – 18,3; 12,7 и 18,0 %). Молочные и кисломолочные продукты встречаются в 12,1; 12,4 и 13,3 % случаев. Овощи и корнеплоды – в 11,8; 9,5 и 10,6 %. Реже пользователями называются чай (8,2; 13,3 и 8,5 %) и вода (10,6; 10,0 и 6,2 %). В предпандемийный период доля сообщений, связанных с употреблением в пищу мяса, мясных продуктов, птицы и колбасных изделий, составляла 7,3 %. Во время пандемии этот показатель увеличился до 8,8 % и после пандемии остался примерно таким же (8,9 %). Алкоголь и спиртосодержащие напитки (3,6; 3,2 и 4,3 %),

Таблица. Сводный отчет по распределению категорий и единиц анализа в текстовом массиве постов, записей и комментариев к ним, размещенных в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники» за период с 01.01.2018 по 31.08.2023 (%)**Table. Summary report on the distribution of categories and units of analysis in the text array of posts, records, and comments to them posted in the Russian social networks VKontakte and Odnoklassniki from January 1, 2018 to August 31, 2023 (%)**

	Категории и единицы анализа / Categories and units of analysis	Временной период / Time span		
		до пандемии / before the pandemic (01.01.2018–28.02.2020)	во время / during (01.03.2020–30.06.2022)	после / after (01.07.2022–31.08.2023)
1	Субъективный тип питания / Self-rated type of nutrition*	26,9	21,6	29,9
1.1	витамины / vitamins**	37,8	45,9	44,3
1.2	минеральные вещества / minerals	15,9	12,4	9,7
1.3	здоровое питание, еда и продукты / healthy diet, food and products	13,4	13,4	17,8
1.4	макро- и микроэлементы / macro- and micronutrients	12,7	9,9	10,5
1.5	органические продукты / organic products	11,3	11,4	8,6
1.6	нездоровое питание, еда и продукты / unhealthy diet, food and products	4,5	3,9	4,2
1.7	экологически чистые / environmentally friendly	1,9	1,6	2,0
1.8	ГМО (генетически модифицированные) / GMO (genetically modified)	1,3	0,4	0,6
1.9	БАД (биологически активные добавки) / dietary supplements	1,1	0,9	2,3
2	Пищевые предпочтения в продуктах питания / Food preferences	45,8	43,9	43,4
2.1	фрукты и ягоды / fruits and berries	18,3	12,7	18,0
2.2	молочные (кисломолочные) продукты / dairy (fermented milk) products	12,1	12,4	13,3
2.3	овощи и корнеплоды / vegetables and root crops	11,8	9,5	10,6
2.4	вода / water	10,6	10,0	6,2
2.5	орехи и семена / nuts and seeds	9,3	7,1	8,2
2.6	чай / tea	8,2	13,3	8,5
2.7	мясо, птица, мясные продукты, колбасы / meat, poultry, meat products, sausages	7,3	8,8	8,9
2.8	алкогольный (спиртные) напитки (коктейли) / alcohol	5,2	5,1	5,5
2.9	сладости (кондитерские изделия, торты, кексы, конфеты) / Sweets (confectionery, cakes, cupcakes, candy)	3,9	6,1	5,1
2.10	кофе (кофеин) / coffee (caffeine)	3,0	3,0	3,3
2.11	рыба, рыбные продукты и морепродукты / fish, fish products and seafood	2,7	1,8	2,5
2.12	зерновые и хлеб (хлебобулочные изделия) / cereals and bread (bakery products)	2,3	3,8	3,3
2.13	сахар / sugar	2,0	2,8	2,5
2.14	специи и пряности / spices	1,1	1,5	1,5
2.15	замороженная еда / frozen food	0,8	0,3	0,5
2.16	консервированные (ферментированные) продукты / canned (fermented) foods	0,6	0,9	0,9
2.17	без сахара / sugar-free	0,4	0,5	0,6
2.18	безалкогольные напитки (коктейли) / soft drinks	0,2	0,2	0,1
2.19	энергетические напитки (энергетики) / energy drinks	0,1	0,1	0,1
2.20	готовая еда (быстрое приготовление) / ready meal	0,1	0,2	0,3
3	Места покупки и потребления продуктов питания / Places of food purchase and consumption	16,4	24,3	15,9
3.1	сервисы онлайн-доставки, заказ продуктов через интернет / online delivery services, ordering food products online	6,1	11,2	11,4
3.2	супермаркеты (продуктовые магазины, гипермаркеты и иные сетевые торговые точки) / supermarkets (grocery stores, hypermarkets, and other food store chains)	4,6	5,6	1,6
3.3	фермерский рынок (фермерские продукты) / farmers' market (farm fresh food)	0,8	0,9	1,4
3.4	овощной (фруктовый) киоск или ларек / vegetable (fruit) stand or stall	0,1	0,2	0,0
3.5	узкоспециализированные торговые точки (булочные, пекарни) / specialized food stores (bakeries)	0,1	0,2	0,1
3.6	фастфуд (фастфуд) / fast food	1,9	2,9	4,0
3.7	готовить еду, домашняя еда / cooking, home cooking	85,5	78,4	80,5
3.8	(обедать, ужинать, есть, кушать, сидеть) в ресторане (кафе, кофейне, буфете, столовой, баре) / (have lunch, dinner) at a restaurant (café, coffee shop, buffet, canteen, bar)	0,8	0,5	0,9
4	Специальные пищевые привычки и практики питания / Special eating habits and dietary practices	8,0	6,9	7,5
4.1	диеты, пищевые ограничения, низкокалорийные продукты / diets, food restrictions, low-calorie foods	86,0	80,0	80,1
4.2	питание при пищевых аллергиях и непереносимостях / elimination diet due to food allergy and/or intolerance	3,5	4,4	3,9
4.3	глютен / gluten	2,8	3,4	4,3
4.4	вегетарианство, веганство и сыроедение / vegetarian, vegan, raw food diet	2,6	8,0	5,3
4.5	поститься (соблюдать пост) / fasting	2,4	1,8	4,7
4.6	спортивное питание / sports nutrition	2,4	2,0	1,4
4.7	безглютеновый / gluten-free	0,2	0,5	0,3

Продолжение таблицы

	Категории и единицы анализа / Categories and units of analysis	Временной период / Time span		
		до пандемии / before the pandemic (01.01.2018– 28.02.2020)	во время / during (01.03.2020– 30.06.2022)	после / after (01.07.2022– 31.08.2023)
5	Эмоциональные факторы и стресс в практиках питания / Emotional factors and stress in dietary practices	2,9	3,4	3,3
5.1	недоедание, голодание / malnutrition	25,5	21,5	26,3
5.2	принятие пищи с аппетитом / eating with gusto	19,1	12,1	6,8
5.3	приготовление еды, чтобы расслабиться, успокоиться (приготовление еды как хобби) / cooking for relaxation, stress relief (cooking as a hobby)	15,5	9,9	11,8
5.4	праздничные мероприятия, праздничность, званые ужины, застолья, банкеты / festive events, festivity, dinner parties, feasts, banquets	15,1	39,4	30,4
5.5	переедание / overeating	14,4	8,4	14,7
5.6	нарушения пищевого поведения (в т. ч. анорексия, булимия) / eating disorders, including anorexia, bulimia	5,8	5,5	5,3
5.7	отказ от еды (гипофагия) / reduced ingestion of food (hypophagia)	2,9	1,3	3,3
5.8	отсутствие аппетита (афагия) / нежелание есть (кушать, употреблять пищу) / lack of appetite (aphagia) / unwillingness to eat	1,0	1,2	0,8
5.9	интуитивное питание / intuitive eating	0,5	0,1	0,0
5.10	пищевая зависимость / food addiction	0,3	0,5	0,4
5.11	комфортная, уютная еда / comfort, cozy food	0,0	0,1	0,0

Примечания: * – сумма долей пяти обозначенных в таблице категорий (выделены серым) равна 100 % по каждому временному периоду; ** – сумма долей единиц анализа в структуре каждой категории равна 100 % в каждом временном периоде.

Notes: * the sum of shares of the five categories shown in the table (highlighted in gray) is equal to 100 % for each time span; ** the sum of shares of the units of analysis in the structure of each category is equal to 100 % for each time span.

сладости (3,9; 6,2 и 5,1 %) и кофе (3,0; 3,0 и 3,4 %), традиционно относимые к «неполезным» продуктам питания, вошли в десятку наиболее популярных по частоте встречаемости в текстах.

В периоды до, во время и после пандемии COVID-19 пользователи сети Интернет не демонстрировали интереса к замороженным (0,8; 0,3 и 0,5 % соответственно) и консервированным продуктам (0,6; 0,9 и 0,9 %), использующимся для обеспечения и пополнения запасов, реже упоминали быстрые и удобные варианты приготовления пищи (0,1; 0,2 и 0,3 %), энергетические напитки (по 0,1 %) и безалкогольные коктейли (0,2; 0,2 и 0,1 %).

Места потребления и приобретения продуктов. Исследовательский фокус на инфраструктуре питания в контексте здоровья и здоровьесберегательных практик демонстрирует, как россияне адаптировали свои покупательские стратегии и потребление пищи в ответ на пандемию COVID-19 и как она повлияла на выбор, способы приобретения и приготовления продуктов питания.

В соответствии с результатами анализа данных мы видим, что информация о местах потребления пищи тесно сопряжена с процессом ее приготовления. В 81,5 % случаев в текстах данной категории употребляются такие лексемы, как «готовка», «готовим вместе», «приготовить еду», «выпечка», «домашняя еда» и т. п., то есть люди, когда говорят о месте, где едят, чаще всего обсуждают домашние трапезы. Для сравнения, питание вне дома (посещение ресторанов, кафе и прочих общественных мест) практически не занимает пространство презентации данной темы (таблица).

Среди мест приобретения продуктов питания на первый план выходит «использование сервисов онлайн-доставки» и «заказ продуктов питания через Интернет», они в среднем составляют 9,6 % от общего объема информационных материалов категории

«Места покупки и потребления продуктов питания». Если же выделять «места покупки продуктов питания» как субкатегорию, то распределение выглядит следующим образом: до пандемии интернет-заказ продуктов упоминается в 51,8 % случаев, во время пандемии – в 61,8 %, после – в 78,5 %. Вторым по популярности местом пополнения пищевых запасов выступают большие сетевые магазины, затем следуют фермерские рынки (таблица).

Специальные пищевые привычки и практики питания. Анализ «специальных» пищевых привычек и практик питания россиян в контексте пандемии COVID-19 и здоровья позволяет проследить, как эпидемиологический кризис сказывается на диетологических предпочтениях и каким образом здоровьесберегательные практики и диеты деформируются в зависимости от ситуации.

Категория «Специальные пищевые привычки и практики питания» (доля категории в массиве упоминаний практик питания и пищевого поведения составила 7,5 % в среднем за три периода) на 82 % детерминируется смысловыми единицами, отсылающими к «диетам», «диетическим практикам» и пищевым ограничениям, включающими в себя потребление «низкокалорийных продуктов», на 5,3 % – обсуждениями в социальных сетях применения практик «вегетарианства», «веганства» и «сыроедения», еще на 3,9 % – пищевых «аллергий» и «непереносимостей».

Сообщения, связанные с различными видами диет, в общем объеме текстовых материалов данной категории сократились во время и сохраняют объем того же уровня встречаемости после пандемии по сравнению с периодом до ее начала (с 86 до 80 %). Наблюдается возросший интерес к практикам вегетарианства, веганства и сыроедения в период распространения коронавирусной инфекции и после окончания пандемии (для каждого из

трех периодов в хронологическом порядке процент упоминаний в общем объеме категории составляет 2,6; 8,0 и 5,3 % соответственно). Практики питания, при которых соблюдаются религиозные посты и пищевые ограничения, обусловленные ими, также присутствуют в пространстве интернет-репрезентации пищевого поведения, и их количество увеличивается на этапе выхода из кризиса до 4,7 % в общем объеме текстовых материалов категории по сравнению с 2,4 и 1,8 % в периоды до и во время пандемии. Процентная доля отметок, связанных с безглютеновым потреблением и диетой, остается низкой на протяжении всего периода исследования, что указывает на стабильность обсуждения этих привычек в публичном информационном поле (в среднем 0,3 %). Интерес к спортивному питанию немного снизился среди россиян в периоды кризисных событий (с 2,4 до 2,0 % во время пандемии, и до 1,4 % – после нее).

Пищевые практики, детерминированные эмоциональными переживаниями и стрессом. Категория «Эмоциональные факторы и стресс в практиках питания» включает в себя два аспекта. Первый – это рассмотрение связанных с нарушением пищевого поведения практик, которые сами по себе являются стрессорами и в условиях эпидемиологического неблагополучия могут усугублять риски нарушений здоровья. Второй – пищевые практики, направленные на поддержание эмоционального баланса человека. К первой группе были отнесены такие единицы счета, как «недоедание, голодание» (наиболее значимый компонент), «анорексия, булимия», «пищевая зависимость», «отсутствие аппетита (афагия)» и «отказ от еды (гипофагия)». В соответствии с периодами времени освещение в социальных сетях данных состояний занимало долю в анализируемой категории в 35,4 %, которая в период эпидемии сократилась до 29,9 %, а впоследствии вернулась к исходному значению и даже немного выросла, составив 36,2 %. Вторая группа включала «принятие пищи с аппетитом», «готовить еду, чтобы расслабиться, успокоиться (приготовление еды как хобби)», «праздничные мероприятия, праздничность, званые ужины, застолья, банкеты», «переедание», «интуитивное питание», «комфортная, уютная еда». Выявлено, что среди составляющих данной группы количество упоминаний в постах, записях в социальных сетях и комментариях к ним, связанных с указанием на праздничность и торжественность атмосферы принятия пищи, самое многочисленное: в 2,6 раза выше во время пандемии (39,4 %) и в 2 раза больше после нее (30,4 %), чем до (15,1 %). Также заметна доля упоминаний о приготовлении пищи как расслабляющем процессе, хотя во время пандемии процент таких сообщений немного ниже (9,9 %), чем до (15,5 %) и после (11,8 %) (таблица).

Обсуждение. Субъективные типы питания являются отражением того, как россияне адаптировали свой рацион к условиям пандемии и связанным с ней ограничениям и психологическим переживаниям, а впоследствии модифицировали и дополняли его. В сообщениях пользователей социальных сетей прослеживается, что значительным аспектом,

оказывающим воздействие на иммунитет в период эпидемии, вызванной коронавирусной инфекцией, представляется обеспечение организма витаминами и минеральными элементами. Основной рацион россиян вне зависимости от рассматриваемого периода составляют фрукты и ягоды, молочные и кисломолочные продукты (выступают в качестве индикатора сохранения традиционных элементов пищевого рациона, которые предоставляют важные питательные вещества, включая кальций и пробиотики), овощи и корнеплоды, вода, орехи и семена, чай, мясо, алкоголь и сладости (перечисление дано в порядке убывания доли в категории «Пищевые предпочтения в продуктах»). Высокий уровень упоминаний фруктов, ягод и овощей демонстрирует не последнее место, занимаемое растительными продуктами в рационе питания, и указывает на стремление людей к укреплению иммунитета и поддержанию здоровья. Однако в период распространения коронавирусной инфекции доля таких публикаций была ниже, чем в иные временные отрезки. В других странах в период пандемии наблюдалось увеличение потребления фруктов и в особенности овощей. Например, это зафиксировано в сравнительном межконтинентальном исследовании изменений практик питания (Ирландия, Великобритания, США и Новая Зеландия) [8]. Также встречаются исследования, которые делают вывод о стабильности и устойчивости пищевого поведения людей, несмотря на кризисную ситуацию [9, 10], что ближе к представленным здесь результатам. А по данным еще одного межстранового сравнения изменений в питании людей в период распространения COVID-19 (Финляндия, Франция, Германия, Греция, Италия, Польша, Румыния, Испания, Швеция и Великобритания) было определено 5 типов пищевого поведения: «устойчивый», на который приходится 60,0 % выборки, «ориентированный на осознанное питание», «ориентированный на удовольствие и удобство», «вовлеченный в приготовление еды» и «пассивный» (5,0 %) [11]. Отметим, что, несмотря на сокращение в период кризиса, включение в рацион фруктов и овощей вернулось к допандемийному уровню или стало большим в постпандемийное время, что говорит о закреплении установок на здоровое питание среди россиян.

Количество упоминаний о воде свидетельствует о важности гидратации, что является ключевым аспектом здоровья. Интересным моментом оказалось повышение потребления чая в пандемию. С одной стороны, в контексте здоровьесохранного поведения, чай может обозначаться как продукт, имеющий антиоксидантные свойства и способствующий укреплению иммунитета [12], с другой – вместе с чаем замечен рост сообщений о различных сладостях и хлебобулочных изделиях, а также о домашней кухне, что обнаруживает увеличение количества перекусов [13], чайных пауз, появление домашней выпечки [14], которые могут быть попыткой справиться со стрессом. Турецкие исследователи, проверяя связь между страхом перед пандемией и пищевыми практиками, выявили, что увеличение показателей респондентов по тесту на генерализованное

тревожное расстройство обуславливало повышение потребления орехов/семечек, а также хлеба, тортов, десертов и чая [15].

Относительно высокая доля текстов в категории «Пищевые предпочтения в продуктах» с упоминанием алкогольных напитков (в среднем 3,7 %) сопряжена с акцентом на праздничных трапезах и застольях во время и после пандемии в категории «Эмоциональные факторы и стресс в практиках питания» и может рассматриваться как способ компенсации тревожных состояний с помощью праздничных угощений и онлайн-вечеринок. Обсуждение алкоголя стало более частым уже после пандемии, что также указывает на использование его в качестве средства для снятия стресса в связи с сохранением высокой напряженности социальных контекстов [16]. Популярность спиртосодержащих напитков обусловлена также и социокультурными нормами и традициями российского общества, придающими алкоголю важное значение не только в жизненных событиях, традициях и обрядах, но и в здоровье [17].

Сокращение упоминаний посещения продуктовых сетей указывает, во-первых, на введенные во время пандемии ограничения, во-вторых, на замену традиционных практик «хождения» по магазинам онлайн-доставками и заказами товаров через Интернет. Рост упоминаний совершения онлайн-покупок свидетельствует о предпочтении заказывать продукты онлайн, чтобы избежать риска заражения и соблюсти меры социального дистанцирования во время карантина, а также о продолжении использования и популяризации данного способа приобретения товаров уже после завершения «эпохи COVID-19». Результаты ежегодного исследования онлайн-торговли в России от «Яндекс.Маркета» и компании GfK Rus подтверждают полученные нами данные. В 2019 г. 42,4 % городского населения страны совершали покупки онлайн, и среди них только треть (34,1 %) заказывали продукты питания, в 2020 г. доля потребителей интернет-магазинов выросла на 7,4 % и составила 50,2 %, а еду стали заказывать уже 40,2 % из них, причем пятая часть делала это по причинам соблюдения мер эпидемиологической безопасности, в 2021 г. онлайн-закупками занимались 52,4, и 49,7 % покупали продукты (из соображений безопасности – 15 %), в 2022 г. – 58,3 и 55,4 % (7,9 %) соответственно⁷.

Диеты представлены в анализируемом материале больше до пандемии, но не во время или после, что указывает на изменения приоритетов в обсуждении пищевых стратегий в условиях стресса и ограничений. В контексте пандемии россияне стали в меньшей мере обсуждать диетические ограничения, возможно, в том числе и из-за недоступности определенных продуктов. Возросший во время пандемии интерес к вегетарианству свидетельствует об интересе к альтернативным способам питания и растительным рационам питания, связанным с заботой о здоровье. Вегетарианские и веганские диеты, основанные на овощах, фруктах, орехах, зернах и бобовых, могут способствовать укреплению иммунной системы

и поддержанию общего здоровья. По некоторым данным такое питание способствует профилактике COVID-19 [18]. А, например, итальянское исследование выявило интерес интернет-пользователей во время пандемии к кетогенным диетами и интервальному голоданию [19].

Подводя итоги, следует отметить, что здоровьесбережение тесно связано с выбором продуктов и пищевым поведением. В ходе анализа было обнаружено, что упоминания «здоровых (сбалансированных, правильных) питания, еды и продуктов» встречаются гораздо чаще, чем их антонимов – «нездоровых (несбалансированных, неправильных)», что указывает на стремление россиян к обсуждению более осознанного и здорового питания. Вместе с тем наиболее часто упоминаемыми продуктами в контексте здоровьесбережения являются фрукты, овощи, а также молочные продукты, и они в этом отношении могут рассматриваться в качестве ключевых компонентов здорового рациона и поддержания хорошего самочувствия. Кроме этого, интересным аспектом исследования является изменение покупательского поведения в свете ограничительных мер, введенных во время пандемии. Наблюдается переход от обсуждения традиционных методов приобретения продуктов в офлайн-магазинах к использованию онлайн-сервисов доставки и интернет-покупок.

Ограничения исследования. Во-первых, технические трудности сбора данных, связанные с их парсингом и фильтрацией, а также настройкой ключевых слов, могли ухудшить качество материала [9]. Во-вторых, поскольку изучался только интернет-дискурс, в частности две социальные сети, мы не можем репрезентировать практики, характерные для социальных групп, слабо включенных в интернет-пространство (люди старших возрастов, жители территорий с низкой доступностью интернета). В-третьих, дискурс о практиках является лишь косвенным источником информации о поведении, которое может отличаться от его публичной репрезентации.

Закключение. В период пандемии коронавируса россияне проявляли гибкий подход к своему питанию. Праздничные события и радость от еды приобретают для людей более высокое значение как средство преодоления стресса и улучшения настроения, и эта тенденция сохраняется после пандемии. В целом же результаты исследования позволяют сделать вывод, что в большинстве россияне стабильны в своих пищевых практиках в контексте здоровьесбережения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

1. Карамнова Н.С., Драпкина О.М. COVID-19 и питание: новые акценты, прежние приоритеты (обзор рекомендаций) // Кардиоваскулярная терапия и профилактика. 2020. Т. 19. № 3. С. 327–330. doi: 10.15829/1728-8800-2020-2576
Karamnova NS, Drapkina OM. COVID-19 and nutrition: New emphases, old priorities (review of guidelines). *Kardiovaskulyarnaya Terapiya i Profilaktika*. 2020;19(3): 327-330. (In Russ.) doi: 10.15829/1728-8800-2020-2576

⁷ Развитие онлайн-торговли в России. 2022 // Яндекс. 2023. [Электронный ресурс.] Режим доступа: <https://yandex.ru/company/researches/2022/ecomdash#whatToBuy> (дата обращения: 15.01.2024).

<https://doi.org/10.35627/2219-5238/2024-32-2-18-25>
Original Research Article

2. Muscogiuri G, Barrea L, Savastano S, Colao A. Nutritional recommendations for COVID-19 quarantine. *Eur J Clin Nutr.* 2020;74(6):850–851. doi: 10.1038/s41430-020-0635-2
3. Тутельян В.А., Никитюк Д.Б., Бурляева Е.А., Хотимченко С.А., Батурич А.К., Стародубова А.В., Камбаров А.О., Шевелева С.А., Жилинская Н.В. COVID-19: новые вызовы для медицинской науки и практического здравоохранения // Вопросы питания. 2020. Т. 89. № 3. С. 6–13. doi: 10.24411/0042-8833-2020-10024.
4. Tutelyan VA, Nikityuk DB, Burlayeva EA, et al. COVID-19: New challenges for medical science and practical health. *Voprosy Pitaniya.* 2020;89(3):6–13. (In Russ.) doi: 10.24411/0042-8833-2020-10024
5. Touyz S, Lacey H, Hay P. Eating disorders in the time of COVID-19. *J Eat Disord.* 2020;8:19. doi: 10.1186/s40337-020-00295-3
6. Phillipou A, Meyer D, Neill E, et al. Eating and exercise behaviors in eating disorders and the general population during the COVID-19 pandemic in Australia: Initial results from the COLLATE project. *Int J Eat Disord.* 2020;53(7):1158–1165. doi: 10.1002/eat.23317
7. Coulthard H, Sharps M, Cunliffe L, van den Tol A. Eating in the lockdown during the Covid 19 pandemic; self-reported changes in eating behaviour, and associations with BMI, eating style, coping and health anxiety. *Appetite.* 2021;161:105082. doi: 10.1016/j.appet.2020.105082
8. Dong X, Lian Y. A review of social media-based public opinion analyses: Challenges and recommendations. *Technol Soc.* 2021;67:101724. doi: 10.1016/j.techsoc.2021.101724
9. Murphy B, Benson T, McCloat A, et al. Changes in consumers' food practices during the COVID-19 lockdown, implications for diet quality and the food system: A cross-continental comparison. *Nutrients.* 2020;13(1):20. doi: 10.3390/nu13010020
10. Janssen M, Chang BPI, Hristov H, Pravst I, Profeta A, Millard J. Changes in food consumption during the COVID-19 pandemic: Analysis of consumer survey data from the first lockdown period in Denmark, Germany, and Slovenia. *Front Nutr.* 2021;8:635859. doi: 10.3389/nu.2021.635859
11. Poelman MP, Gillebaart M, Schlinkert C, et al. Eating behavior and food purchases during the COVID-19 lockdown: A cross-sectional study among adults in the Netherlands. *Appetite.* 2021;157:105002. doi: 10.1016/j.appet.2020.105002
12. Grunert KG, De Bauw M, Dean M, et al. No lockdown in the kitchen: How the COVID-19 pandemic has affected food-related behaviours. *Food Res Int.* 2021;150(Pt A):110752. doi: 10.1016/j.foodres.2021.110752
13. Chowdhury P, Barooah AK. Tea bioactive modulate innate immunity: In perception to COVID-19 pandemic. *Front Immunol.* 2020;11:590716. doi: 10.3389/fimmu.2020.590716
14. Bakaloudi DR, Jeyakumar DT, Jayawardena R, Chourdakis M. The impact of COVID-19 lockdown on snacking habits, fast-food and alcohol consumption: A systematic review of the evidence. *Clin Nutr.* 2022;41(12):3038–3045. doi: 10.1016/j.clnu.2021.04.020
15. Easterbrook-Smith G. By bread alone: Baking as leisure, performance, sustenance, during the COVID-19 crisis. *Leis Sci.* 2021;43(1-2):36–42. doi: 10.1080/01490400.2020.1773980
16. Kaya S, Uzdil Z, Cakiroğlu FP. Evaluation of the effects of fear and anxiety on nutrition during the COVID-19 pandemic in Turkey. *Public Health Nutr.* 2021;24(2):282–289. doi: 10.1017/S1368980020003845
17. Акарачкова Е.С., Беляев А.А., Кадырова Л.Р., Климов Л.В., Котова О.В. Стресс и питание. РМЖ // Медицинское обозрение. 2021;5(5):316–321. doi: 10.32364/2587-6821-2021-5-5-316-321.
18. Akarachkova ES, Belyaev AA, Kadyrova LR, Klimov LV, Kotova OV. Stress and nutrition. *RMZh. Meditsinskoe Obozrenie.* 2021;5(5):316–321. (In Russ.) doi: 10.32364/2587-6821-2021-5-5-316-321
19. Бочаров В.В. Русская празднично-питьевая культура и власть (антропологический аспект) // Журнал социологии и социальной антропологии. 2016. Т. XIX. № 4 (87). С. 178–192. [Электронный ресурс] / URL: <http://jourssa.ru/jourssa/article/view/552>
20. Bocharov VV. [Russian festive and drinking culture and power: Anthropological perspective.] *Zhurnal Sotsiologii i Sotsial'noy Antropologii.* 2016;19(4):178–192. (In Russ.) Accessed February 29, 2024. <http://jourssa.ru/jourssa/article/view/552>
21. Veljković M, Pavlović DR, Stojanović NM, Džopalić T, Popović Dragonjić L. Behavioral and dietary habits that could influence both COVID-19 and non-communicable civilization disease prevention – What have we learned up to now? *Medicina (Kaunas).* 2022;58(11):1686. doi: 10.3390/medicina58111686
22. Nucci D, Santangelo OE, Nardi M, Provenzano S, Gianfredi V. Wikipedia, Google Trends and diet: Assessment of temporal trends in the Internet users' searches in Italy before and during COVID-19 pandemic. *Nutrients.* 2021;13(11):3683. doi: 10.3390/nu13113683

Сведения об авторах:

✉ **Бург** Анастасия Олеговна – к.соц.н., доцент кафедры социологии; e-mail: an-bg@yandex.ru; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2901-3932>.

Сирковская Татьяна Владимировна – социолог Центра социологических исследований; e-mail: sirkovsk1624@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-3983-5994>.

Информация о вкладе авторов: разработка дизайна исследования, интерпретация результатов, подготовка рукописи: **Бург А.О.**; сбор данных, обработка и статистический анализ результатов, подготовка таблиц: **Сирковская Т.В.** Все авторы ознакомились с результатами работы и одобрили окончательный вариант рукописи.

Соблюдение этических стандартов: данное исследование не требует представления заключения комитета по био-медицинской этике или иных документов.

Финансирование: исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-00480 «Самосохранительные стратегии россиян в условиях новой нормальности».

Конфликт интересов: авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов в связи с публикацией данной статьи.

Статья получена: 26.01.23 / Принята к публикации: 09.02.24 / Опубликовано: 29.02.24

Author information:

✉ **Anastasiya O. Burg**, Cand. Sci. (Sociol.), Associate Professor, Department of Sociology; e-mail: an-bg@yandex.ru; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2901-3932>.

Tatyana V. Sirkovskaya, Sociologist, Social Research Center at the Perm State University; e-mail: sirkovsk1624@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-3983-5994>.

Author contribution: study conception and design, interpretation of results, draft manuscript preparation: **Burg A.O.**; data collection, processing and statistical analysis, preparation of tables: **Sirkovskaya T.V.** Both authors reviewed the results and approved the final version of the manuscript.

Compliance with ethical standards: Not applicable.

Funding: The research was supported by the Russian Science Foundation grant No. 23-18-00480, Self-preservation strategies of Russians in the context of new normality.

Conflict of interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Received: January 26, 2023 / Accepted: February 9, 2024 / Published: February 29, 2024